

DAS LEUCHTTURMPRINZIP

Es ist einfach und schwierig zugleich. In Kurzform sagt das Leuchtturmprinzip:

"Das, was wir ausstrahlen, bekommen wir zurück!"

Die Frage ist nun: Was wollen wir ausstrahlen und was strahlen wir aus?

Die Preisliste ist ein weiterer Punkt, unsere Werte, unsere Mission und unser Anliegen auszudrücken und auszustrahlen. Sie ist viel mehr als eine Auslistung von Zahlen - sollte sie zumindest sein :o)



Ein paar Worte vorab:

Wo wir gerade bei den Zahlen sind: Bitte bitte kalkuliere richtig, auch wenn Du am Anfang Deiner Selbstständigkeit stehst. In meinen Coachings sehe ich so oft wirklich unterirdische Preise. Ja, jeder hat seinen Weg und muss in Preise reinwachsen, wachse schneller! :o)

Preisliste

Deine Preisliste ist Dein Wertestatement. Hier zeigst Du, was Du Dir selber wert bist und natürlich was Deine Arbeit wert ist. Wir wollen, dass der Kunde diesen Wert spürt und mit Freude unsere Preise zahlt.

Was können wir nun tun, damit der Kunde auch in der Preisliste diesen Wert spürt?

1. Schönes ansprechendes Design

Mal ganz ehrlich: Liebst Du Deine Preisliste?

Hat sie ein Design, was zu Dir passt? Hat sie tolle Farben und richtig schöne Schriftarten? DEINE Farben? DEINE Schriftarten?

Schau mal hier vorbei, da kannst Du super schicke Vorlagen erwerben: Etsy oder Creative Market.com

2. Klarheit der Preisstruktur

Es klingt so einfach, aber wenn wir in unserer Materie schwimmen, fällt es uns gar nicht auf, dass es doch komplizierter ist.

Habe eine einfache und klare Preisstruktur!

Weiß der Kunde GANZ GENAU, was er wofür bezahlt? Versteht jeder die Preise an sich?

Frag am besten Deine Kinder (wenn sie schon lesen können) oder Freunde. Ich frag immer meine Mutti (ü 70).

UND Fach-Chinesisch unbedingt vermeiden!

3. Produkte/ Fotokunstwerke/ Fotowerke

Hast Du Fotoprodukte, die Du liebst?

Stehst Du hinter allem, was Du anbietest dahinter? Oder hast Du Fotoprodukte, weil "man" es eben so macht?

Habe den Mut, Dinge rauszunehmen, die Du selber nicht wirklich magst.

Z.B. habe ich Leinwände rausgenommen, weil ich sie nicht hochwertig und langlebig genug finde. Das ist aber meine Ansicht, aber eben mein Leuchtturmlicht.

Spiegelt Deine Preisliste Deine Mission wider?

Ich hoffe, Du hast Dein inneres Warum schon gefunden. Warum bietest Du Deine Fotos in der Art und Weise an?

Mein Leitspruch ist ja: Fotos machen glücklich!

Macht eine Datei glücklich? Bunte Pixel, die man nicht anfassen kann?
Für mich nicht.

Bei Privatkunden gilt deshalb: keine Dateien ohne Produkt.

Bei mir bekommen Kunden wunderschöne Fotokunstwerke zum Anfassen (die Datei ist inklusive).



4. Produktbezeichnungen

Wie bezeichnest Du Deine Fotoprodukte auf Deiner Preisliste?

Schau mal hier die Beispiele:

Abzüge vs. Fine Art Print im Passepartout

Dateien vs. Deine kostbaren Fotos auf einem USB-Stick

Der Wert unserer Arbeit steckt ja nicht im Centartikel wie ein Abzug.
Und im Wort Datei schwingt immer irgendwie "kostenlos" mit.

Der Wert steckt in unserer Arbeit und dass die Fotos Jahrzehnte für
unsere Kunden da sind und sie sich dran erfreuen können!

FINDE SCHÖNE WERTVOLLE BEZEICHNUNGEN

z.B. für Foliobox > Schatzkästchen / Schatztruhe / Erinnerungsbox

Frage Dich immer: kommt der Wert in Deinen Bezeichnungen zum
Ausdruck? Hol Dir Inspiration bei anderen Branchen!

5. Produktbeschreibungen

Wir tendieren als Fotografen gerne mal zu der Objektbeschreibung:
Album 25x25 cm groß, 10 dicke Seiten, Cover in 30 möglichen Farben

Es wird deutlicher in der Gastronomie: in ganz einfachen Gaststätten steht
das Schweineschnitzel mit Pommes

In gehobenen Restaurant steht da eher sowas wie: saftiges Wiener
Schnitzel vom Biojungschwein vom Bauern aus der Region

Bsp: Album

- all die kleinen und großen Meilensteine in Eurem Leben können in
diesem Album verewigt werden
- das in liebevoller Handarbeit gefertigte Fotoalbum...
- dazu gibt es eine wunderschöne Box im passenden Design...
- das Cover kann in vielen schönen Farben nach Deinen Vorlieben
gestaltet und mit einem Bild unter Acryl / einer Gravur veredelt werden

Extra Hinweise:

Wie nennst Du Deine Preisliste?

Sagst Du: Ich schicke Euch meine Preisliste zu?

Meine Preisliste heißt: photovisionen-Katalog

Der Katalog ist nicht öffentlich und ich schicke ihn per E-Mail zu

Erst danach wird gebucht und der Termin vereinbart

Bilde Dich in Preispsychologie und Persönlichkeitsentwicklung weiter -
sehr spannende Themen, die Dich in Deinem Business weiter bringen

>> Und behalte immer das Leuchtturmprinzip im Auge <<



THANK YOU

Alles Liebe und ganz viel Erfolg für Dein Fotografiebusiness. Wenn Du Fragen oder Hilfe
brauchst, bin ich super gerne für Dich da!

Herzliche Grüße

Tina